Sátira/12

Suplemento de humor de
Página/12
Sábado 3 de diciembre de 2005
Año 19 - Nº 941



GUERRA CONTRA LA INFLACION CON CAMBIOS EN EL GABINETE

¡Pum, para arriba!

¡EMPEZÓ LA GUERRA CONTRA LOS SUPERMERCADOS!

CARNE

TAS

JORH

Paro de pilotos y técnicos en Aerolíneas Argentinas

Adhirieron hasta los pilotos automáticos
A Europa sólo se podrá viajar en barco y a Disney en Dumbo
En la semana el único que voló fue Lavagna

Aumentó la tarifa de los taxis porteños

Euforia en el Colegio de Arquitectos

Cambios en el gabinete

Kirchner: “No sé si Felisa Miceli es buena, pero seguro tiene mejores piernas que Lavagna”
Garré en Defensa: un “toque femenino” de diana

Insólito:

Borocotó lleva 15 días y 21 horas sin cambiar de partido

HOY **Sátira** HOY

>>> **POR RUDY**

En el amor y en la guerra, todo vale, ¿no es así, lector? Bueno, pues estamos en guerra... contra la inflación. Los precios son desde ahora nuestros enemigos, donde los veamos debemos atacarlos sin piedad, hasta que se den por vencidos, decirles: "¡Ríndete, precio, y tendrás un juicio justo!" o "un huicio husto" como decían en *Bonanza*, ¿se acuerda de los Cartwright? Esos sí que eran tiempos de *Bonanza*: "Tan tarararararará tarararararara, tan tararararararatarararararaáááá...". Los 4 a caballo, el padre con los tres hijos y el cocinero chino, a luchar contra los malos de turno, porque los malos siempre están de turno, son como las farmacias, pero como las malas farmacias, las que no venden remedios, y si los venden, son carísimos.

No son tiempos de *Bonanza*, lector, pero nuestro Presidente, que seguramente veía la serie y sufría con nosotros por las peripecias de los 4 héroes, ha decidido imitar aquellas aventuras, y enfrentar a la inflación con todas las armas de que dispone, aunque sin cocinero chino. Y para poder enfrentar a los precios y derrotarlos, el presi deja de lado a algunos de sus colaboradores, quizá porque ya han tenido éxito y difícilmente lo tengan dos veces seguidas, ¿no? (Como argumento, es irrefutable por donde se lo mire.) Entonces, Lavagna, que ya nos tenía acostumbrados a la calma económica, que asumió justo justo cuando Remes Lenicov... ¿cómo, lector, no se acuerda quién era Remes Lenicov? Fue el primer ministro de Economía de Duhalde... ¿Cómo que quién es Duhalde, lector? ¡Fue el presidente que dijo que estábamos condenados al éxito! ¿Cómo que qué es el éxito, lector?

Bueno, el tema es que tenemos nuevos ministros, y nuevas ministras. Y que por primera vez una mujer maneja la economía. Veremos cómo lo hace. Mientras tanto, nosotros hacemos lo que podemos, o sea, chistes.

Hasta el próximo sábado, lector.

























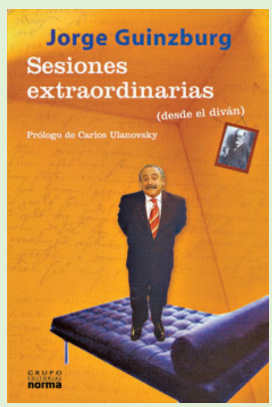




rudiez



Sesiones extraordinarias



Sesiones extraordinarias, el nuevo libro de Jorge Guinzburg, recientemente publicado por editorial Norma, será presentado el próximo martes 6 de diciembre a las 19, en la librería El Ateneo, Florida 629. Acompañarán al autor: Verónica Lozano, Carlos Ulanovsky y Rudy. Y es un verdadero gustazo presentarlo a nuestros lectores, con una pequeña muestra:

Igualito que el cine *

Llegué al consultorio lleno de paquetes: regalos comprados para celebrar el Día del Niño, si bien mis hijos dejaron la infancia hace tiempo. No estoy muy seguro de eso porque, por momentos, yo mismo sigo sintiéndome una criatura. No en el aspecto exterior: ningún acomodador de cine me pediría documentos si la película que intento ver es prohibida para menores.

Esa sensación de párvulo perpetuo pasa por otro lado, más íntimo, imperceptible y mucho más unido a esa imposibilidad de entender la realidad que, hace ya un tiempo, me había conducido por primera vez al consultorio de mi terapeuta.

Yo creo –dije una vez en el diván– que la culpa de la confusión general que padezco comienza con los cambios en el cine. Antes, todo era más fácil: en los primeros cinco minutos de un film, uno ya sabía quién era el bueno y quién el malo. El bueno usaba la ropa más limpia, tenía los ojos más claros, era lindo, sonreía hasta en los momentos más difíciles y enamoraba a la muchacha indefensa; mientras que el malo era malo siempre, con los enemigos y con su propia familia, estaba excedido de peso, se le había caído el pelo, la ropa le quedaba mal y provocaba el odio de todos los espectadores apenas aparecía.

Además, los buenos eran buenos al ciento por ciento, no tenían dudas: cumplían su misión a pesar de todo, se juntaban sólo con los otros buenos, eran incapaces de pactar con los malos y al final ganaban, porque antes, en el cine, siempre ganaban los buenos.

Con el tiempo eso fue cambiando. Los buenos perdieron el pelo como Bruce Willis; Terminator, que era malo en la primera, se volvió bueno en la segunda; algunos villanos son más facheros que los propios justicieros; los héroes, para cumplir su objetivo, son capaces de utilizar recursos sólo reservados a los desalmados y hasta Indiana Jones, frente a un asesino apenas armado con un sable, desenfunda su revólver y lo mata.

Esa confusión, esa dificultad para reconocer a los buenos y los malos del cine pasó a la vida. Quizá porque, como decía Oscar Wilde, la vida copia al arte.

Hoy, ya no en la pantalla, caminando por la calle, leyendo el diario, mirando los noticieros, reconocer al bueno y al malo resulta una tarea titánica.

¿Quiénes cometen excesos? ¿Los que el 16 de julio de 2004, en medio de una protesta, arremetieron contra la Legislatura, o los miembros de la Justicia que desde hace 13 meses mantienen detenidos en la Unidad 2 de la cárcel de Villa Devoto a 15 manifestantes (de algunos ni siquiera hay pruebas de que hayan formado parte de los disturbios) sin permitirles esperar su juicio en libertad?

En el conflicto del Hospital Garrahan es tan fácil confundirse. Sin duda, el solo hecho de pensar que un chico puede correr peligro o postergarse su operación nos tienta a poner en el lugar de villanos a los trabajadores no médicos del hospital. Ahora, ¿de qué otra manera podrían defender su salario si no es con un paro? ¿Las comunicaciones oficiales no los estarán ubicando en el lugar más antipático para alimentar el repudio social? Cuánto más fácil sería tener claro quién es el malo.¿Cuál sería el rol interpretado por Castells en una película? ¿El pobre hombre que defiende a su clase, el prepotente que intenta conseguir su propósito sin respetar nada ni nadie, el tipo capaz de morirse de hambre defendiendo sus ideales o un especulador que ingiere alimentos porque nadie podría sobrevivir 60 días sin comer? Es muy difícil saberlo. Todo depende de quién sea el director del film.

En fin, doctor –dije tratando de terminar la sesión–. Cualquiera sea el tema elegido, no me siento en condiciones de asegurar nada. Y eso que me cuidé en toda la charla de no mencionar la pelea entre Kirchner y Duhalde.

Es cierto –remató el terapeuta–. Es igual que en el cine: estamos en mitad de la película y para saber cómo termina hay que esperar el reparto.

** 14 de agosto de 2005.*

FREE PATI



ANDY & SIDHARTA DANIEL PAZ



Y VOS... ¿DE QUE TE REIS?

HOY: Marketing - Breve curso introductorio ejemplificado



■ Estás en una fiesta y ves una chica muy atractiva. Te acercás a ella y le decís: "Soy muy bueno en la cama". Eso es Marketing Directo.

■ Estás en una fiesta con un grupo de amigos y ves una chica muy atractiva. Uno de tus amigos se le acerca y le dice, señalándote: "Ese chico de ahí es muy bueno en la cama". Eso es Publicidad.

■ Estás en una fiesta y ves una chica muy atractiva. Le pedís su número de celular. Al día siguiente la llamás y le decís: "Soy muy bueno en la cama". Eso es Telemarketing.

■ Estás en una fiesta y ves una chica muy atractiva. La reconocés. Te acercás a ella, le refrescás su memoria y le decís: "¿Te acordás lo bueno que soy en la cama?" Eso es Customer Relationship Management.

■ Estás en una fiesta y ves una chica muy atractiva. Te levantás, te arreglás tu ropa, te acercás a ella y le servís una copa, le abrís la puerta cuando sale, le devolvés la cartera cuando se le cae, le ofrecés un cigarrillo y le decís: "Soy muy bueno en la cama". Eso es Relaciones Públicas.

■ Estás en una fiesta y ves a una chica muy atractiva. Como vos ya estás con otra chica muy atractiva se la presentás a un amigo. Eso es Outsourcing.

■ Estás en una fiesta y ves una chica muy atractiva. Ella se acerca y te dice: "He oído que sos muy bueno en la cama". Eso es Branding, el poder de la marca.

■ Estás en una fiesta y ves a una chica muy atractiva. Te acercás a un amigo y le decís. "Esa mina, comparada con mi novia, no existe". Eso es Benchmarking.

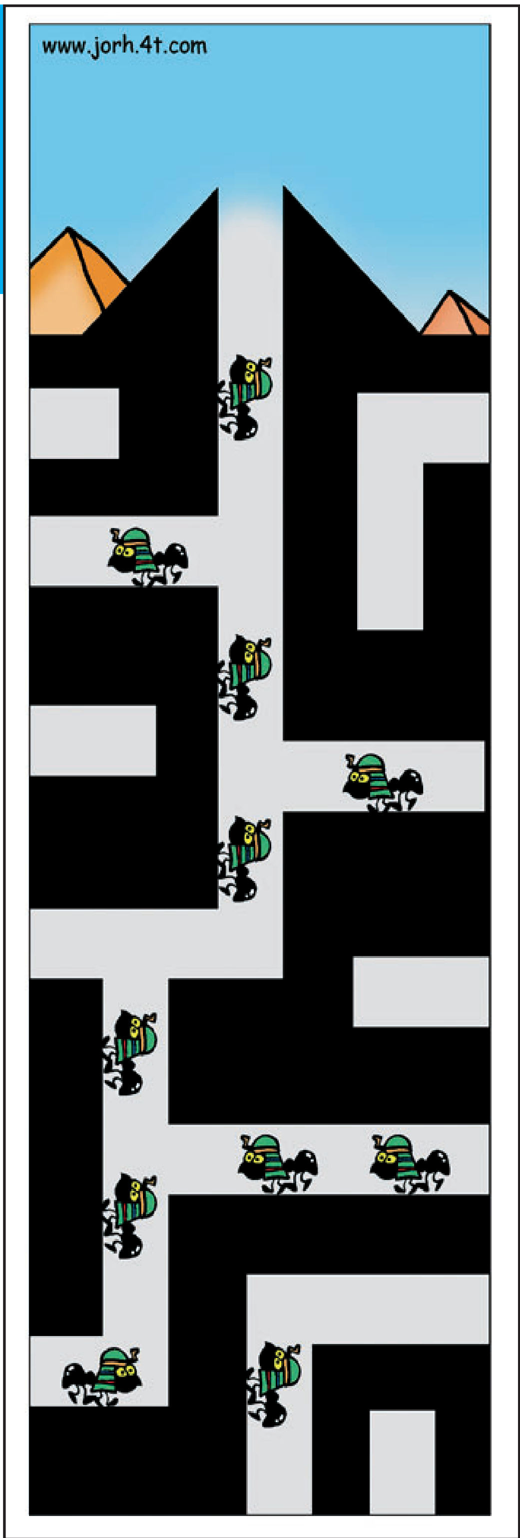
■ Estás en una fiesta y ves varias chicas atractivas, una brasilera, una china, una sueca y una india. Eso es Globalización.

Frases a: **chistecito@psinet.com.ar**

ENRIQUE Y LA CULEBRITA CIEGA



JORH-LINE



FILATELIA WOLF - TOUL

ESPECIAL CONQUISTA DEL ESPACIO

U.S. POSTAGE — THE SPACE CONQUEST — VoyeurIV — 10C

ESTADOS UNIDOS 2001
SONDA VOYEUR IV: VEHÍCULO ESPACIAL QUE REALIZA ANÁLISIS GEOLÓGICOS DEL SUELO DE LOS PLANETAS QUE EXPLORA, MIDE LA PRESIÓN, CALCULA LA DENSIDAD ATMOSFÉRICA, PREPARA NESCAFÉ Y SE DEFIENDE HACIENDO VITEL TONÉ PARA 4 TRIPULANTES. CUANDO EXPLORÓ SATURNO REVELÓ LA PRESENCIA DE 9 ANILLOS, UNA PULSERITA ENCHAPADA Y UNA CINTITA ROJA CONTRA LA ENVIDIA.

Republica Argentina — 10C — LA CONQUISTA DEL ESPACIO — ASTRONAUTAS ARGENTINOS — TITO CALLEJAS

ARGENTINA 2007
TITO CALLEJAS: PILOTO ESPACIAL ARGENTINO. COMENZÓ PILOTEANDO EL TAXI ESPACIAL, DESPUÉS DE RECIBIRSE DE ARQUITECTO. TRIPULÓ LUEGO EL GÉMINI II, EL PISCI IV Y EL SAGITARIO CON ASCENDIENTE EN EL ARIE VII. ABANDONÓ LA CARRERA DE CHOFER DE NAVES CUANDO EN EL PLANETA VENUS LE ROBARON EL ESTÉREO DE SU FLAMANTE FABIO ZERPA XXI QUE MANDÓ CONSTRUIR CON DESHECHOS DE UN DESARMADERO DE BERAZATEGUI.

THE SPACE CONQUEST — U.S. POSTAGE — 7C

ESTADOS UNIDOS 2003
CONQUISTA DE LA LUNA: ARMSTRONG FUE EL PRIMER HOMBRE EN PONER UN PIE EN LA LUNA. ALDRIN EL PRIMERO EN PONER EL TUJES, LUEGO DE TROPEZARSE CON UN CRÁTER LUNAR. AMBOS REALIZARON UNA CAMINATA DE DOS HORAS PARA BAJAR LA COMIDA, JUGARON UN FULBITO, SACARON A PASEAR A UN PAR DE CACHORRITOS, NIETOS DE LA PERRA LAIKA, Y PLANTARON LA BANDERA DE EE.UU. Y UN BANDERÍN DE AMORTIGUADORES PARA NAVES ESPACIALES "DON SMITH", SU ÚNICO SPONSOR. COLLINS NO BAJÓ A LA SUPERFICIE LUNAR, DE PURO CAGÓN.